

## Perilaku dan Motif Menonton Televisi pada Peternak di Dua Tipologi Desa di Kabupaten Bogor

**Hadiyanto**

Departemen Sosial Ekonomi Industri Peternakan,  
Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor  
Jl. Agatis Kampus IPB Darmaga, Fakultas Peternakan, IPB Bogor 16680  
(Diterima 10-01-2004; disetujui 12-03-2004)

### ABSTRACT

The objective of this study was to identify television programme preference and viewing motives, and comparing viewing motives between urban and rural farmers. Survey was conducted in four villages (2 urban villages and 2 rural villages) in Bogor District involving 160 farmers as respondents. Television viewing habit and motives were the main data to be collected by using questionnaire and self reporting technique. The study showed there was no difference in television viewing habit and programme preferences between urban farmers and rural farmers, except in time spent. The programme were: movie, news, and quiz. Primary motives in television viewing were entertainment and to seek information, either as news source or knowledge. Nevertheless, the difference in television viewing motive between urban and rural farmers was not significant.

*Key words: farmers, motive, rural village, urban village, viewing habit*

### PENDAHULUAN

Dewasa ini media massa televisi telah menjadi bagian dari kehidupan peternak, terutama di daerah urban. Peternak di desa urban umumnya dicirikan dengan pemilikan televisi yang cukup tinggi (di atas 50%), lebih intensif memanfaatkan televisi sebagai media komunikasi massa dengan frekuensi menonton televisi mencapai hampir enam kali seminggu dan waktu yang dicurahkan sekitar tiga jam per hari (Hadiyanto *et al.*, 1998). Namun belum ada data yang mengungkapkan motif-motif apa saja yang mendorong mereka menonton siaran televisi. Sebagaimana dikemukakan Chandler (1994), program televisi yang sama bisa memberikan

pemuasan kebutuhan yang berbeda pada setiap individu yang berbeda.

Studi tentang preferensi terhadap acara dan motif-motif penggunaan media massa, khususnya televisi, akan memberikan informasi dan pengetahuan untuk menjelaskan mengapa pesan-pesan komunikasi yang disiarkan televisi memberikan efek yang berbeda pada setiap orang. Penelitian serupa ini sesungguhnya sangat penting untuk memahami proses komunikasi massa ditinjau dari perspektif *active audiens* (Blumler & Katz, 1974). Berdasarkan informasi inilah diharapkan televisi turut memberikan kontribusi sebagai media pembangunan.

Penelitian difokuskan kepada komunitas peternak pada tipologi desa berbeda dengan

maksud untuk memberikan gambaran yang bisa mewakili, baik masyarakat desa yang secara sosioekonomis dan kultural berada dalam tahap transisi perubahan maupun yang masih hidup dalam alam agraris.

Penelitian ini bertujuan: (1) mengidentifikasi jenis-jenis acara apa saja yang paling sering ditonton peternak di desa urban dan desa rural, (2) mengidentifikasi motif-motif menonton televisi peternak baik di desa urban maupun di desa rural, dan (3) menganalisis perbedaan motif menonton siaran televisi antara peternak desa urban dengan peternak desa rural.

## **MATERI DAN METODE**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah seluruh peternak yang tergabung dalam kelompok peternak ayam buras di empat desa yang dipilih secara purposif, masing-masing dua desa mewakili desa urban dan dua desa mewakili desa rural. Selanjutnya sampel peternak responden diambil secara acak, masing-masing 40 peternak pada setiap desa, sehingga jumlah seluruh responden adalah 160 peternak.

### **Desain**

Penelitian ini didesain sebagai suatu survei deskriptif yang bersifat eksploratif di empat desa di Kabupaten Bogor (Rakhmat, 1989; Wimmer & Dominick, 1987).

### **Lokasi dan Waktu**

Lokasi penelitian adalah Desa Tamansari dan Desa Sukajadi yang mewakili desa urban, sementara yang mewakili desa rural adalah Desa Karacak dan Desa Sukadamai. Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan pada bulan Agustus 2002.

## **Data dan Instrumentasi**

Data yang dikumpulkan meliputi karakteristik demografik responden, perilaku dan motif-motif menonton siaran televisi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara menggunakan instrumen berupa kuesioner.

## **Analisis Data**

Analisis data terutama menggunakan analisis deskriptif, sementara untuk menguji apakah ada hubungan antara tipologi desa dengan motif penggunaan televisi digunakan uji statistik khi kuadrat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para peternak responden di desa urban maupun rural di Kabupaten Bogor, umumnya adalah orang dewasa dengan umur rata-rata 40,69 tahun. Meskipun demikian rata-rata umur di desa urban masih lebih tinggi (42,15 tahun) dibandingkan di desa rural (39,24 tahun). Peternak responden di desa urban, sebagian besar wanita (78,75%), demikian juga di desa rural (70,00%). Data tersebut menunjukkan partisipasi wanita dalam usaha budidaya ayam buras di desa urban lebih tinggi dibandingkan di desa rural. Di samping memelihara ayam buras lebih cocok dilakukan kaum wanita disela-sela melakukan aktivitas rumah tangga, gambaran ini menunjukkan besarnya partisipasi wanita dalam usaha peternakan.

Motivasi untuk memperoleh tambahan penghasilan di kalangan wanita desa rural lebih tinggi dibandingkan desa urban, yang antara lain disebabkan tuntutan hidup yang lebih tinggi, karena penghasilan kepala keluarga yang kurang mencukupi. Usaha ternak ayam buras merupakan pekerjaan sambilan bagi sebagian besar responden di desa rural (71,25%), sedangkan di

desa urban hanya diakui oleh 43,75% responden. Responden memilih usaha ternak ayam buras karena dapat dilakukan dengan tidak mengganggu kegiatannya mengurus rumah tangga. Selain itu, untuk daerah urban sebagian besar (57,50%) tidak tamat SD, dan sebanyak 28,75% hanya tamat SD. Keadaan ini relatif sama dengan responden yang berasal dari desa rural, yaitu sebanyak 40,00% tidak tamat SD, dan yang tamat SD sebanyak 35,00%, bahkan masih ada yang tidak sekolah sebanyak 8,75%.

### Pemilikan Media Massa Elektronik

Pemilikan media komunikasi massa, di era informasi merupakan indikator keterbukaan suatu masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengungkapkan distribusi kepemilikan media komunikasi massa, terutama elektronik, sebagai indikator tingkat keterdedahan masyarakat terhadap media komunikasi massa. Gambaran tentang pemilikan media komunikasi massa secara ringkas disajikan pada Tabel 1.

Data tersebut menunjukkan, persentase responden yang tidak memiliki media massa elektronik di desa urban lebih rendah dibanding di desa rural, dan persentase tersebut jauh lebih kecil dibandingkan responden yang memiliki media massa elektronik. Sementara pemilikan radio relatif lebih tinggi di desa rural, dan persentase tersebut jauh lebih kecil dibandingkan responden yang memiliki media massa elektronik. Sementara pemilikan radio relatif lebih tinggi di desa rural, sebaliknya yang hanya

memiliki televisi lebih banyak di desa urban. Data tersebut juga memberikan gambaran, bahwa sekalipun televisi telah menjadi media massa elektronik yang populer, baik di desa urban maupun desa rural, masih banyak responden yang mempertahankan kepemilikan radio. Karena radio memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan televisi, antara lain lebih praktis penggunaannya dan lebih personal.

### Perilaku Menonton Televisi

Berikut ini akan dibahas beberapa aspek yang terkait dengan perilaku menonton televisi untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap, sebelum mengungkapkan dan menganalisis aspek motif tersebut. Beberapa aspek yang dibahas meliputi antara lain; (i) frekuensi menonton, (ii) kebiasaan menonton, (iii) tempat menonton, (iv) waktu yang dicurahkan untuk menonton, dan (v) jenis acara yang paling sering ditonton.

Seluruh responden di desa urban menyatakan menonton televisi setiap hari, sementara di desa rural banyaknya responden yang menonton televisi setiap hari hanya 56 responden (70%). Jumlah responden yang menonton televisi antara 4-6 kali per minggu mencapai 8,13%, sedangkan sisanya berkisar antara 1 sampai dengan 3 kali per minggu (6,86 %). Data ini memperkuat hasil penelitian lainnya (Hadiyanto *et al.*, 1998) yang menyatakan bahwa, peternak di daerah urban lebih intensif menonton siaran televisi dibandingkan peternak di desa rural.

Tabel 1. Distribusi responden berdasarkan pemilikan media komunikasi massa (%)

Jenis media massa	Desa urban	Desa rural
Tidak punya	2,50	15,00
Hanya radio	10,00	11,25
Hanya televisi	32,50	16,25
Radio + Televisi	55,00	56,25

Meskipun demikian tidak terdapat perbedaan kebiasaan menonton televisi antara responden di desa urban dan desa rural.

Sebagian besar peternak menonton televisi bersama keluarga (85% di desa urban dan 71,25% di desa rural). Hanya sebagian kecil yang memiliki kebiasaan menonton televisi sendiri, apalagi dengan tetangga atau saudara. Kebiasaan menonton televisi sendirian banyak ditemui pada responden wanita/ibu yang menonton televisi pada pagi dan siang hari, ketika anak-anak dan suami tidak berada di rumah. Bagi responden laki-laki, umumnya menonton televisi dilakukan sendirian pada malam hari. Distribusi responden menurut kebiasaan menonton televisi selengkapnya disajikan pada Tabel 2.

Gambaran di atas sejalan dengan tempat menonton televisi, yang menunjukkan sebagian besar responden, baik di desa urban maupun desa rural dilakukan di rumah sendiri, masing-masing sebanyak 82,50% dan 70%. Sementara yang menonton di rumah tetangga atau saudara di desa urban dan desa rural masing-masing 17,50% dan 30%. Hal ini menunjukkan pada responden di desa rural masih lebih tinggi persentasenya yang menonton di rumah tetangga, sebagai akibat masih lebih kecilnya pemilihan televisi dibandingkan responden di desa urban.

Lamanya waktu yang dicurahkan untuk menonton televisi memberikan gambaran, apakah media massa tersebut merupakan media pilihan responden untuk memperoleh informasi dan tujuan-tujuan komunikasi lainnya.

Rata-rata waktu yang diluangkan untuk menonton televisi pada waktu yang berbeda secara ringkas disajikan pada Tabel 3.

Pengertian waktu yang diluangkan dalam penelitian ini bermakna bahwa, kegiatan menonton televisi bisa dianggap sebagai aktivitas primer maupun aktivitas sekunder (Comstock, *et al.*, 1978). Data tersebut mengindikasikan, di desa urban terdapat perbedaan pola menonton televisi. Penelitian yang dilakukan Hadiyanto *et al.* (1998) lebih banyak meluangkan waktunya untuk menonton televisi di malam hari. Sementara hasil penelitian ini menunjukkan, waktu yang lebih banyak diluangkan untuk menonton televisi ialah pada siang hari. Keadaan ini dimungkinkan oleh dua penyebab. Pertama, hampir seluruh stasiun televisi yang ada saat ini menyiarkan program-program acaranya pada siang hari. Kedua, kesempatan responden yang sebagian besar wanita/ibu rumah tangga yang lebih banyak menonton pada siang hari, ketika sudah tidak lagi disibukkan dengan aktivitas rutin lainnya. Sementara bagi responden di desa rural, malam hari masih merupakan pilihan waktu yang paling tepat untuk menonton televisi.

Pada responden di desa rural, waktu siang hari lebih banyak dihabiskan untuk tugas-tugas rumah tangga, bekerja, dan berinteraksi dengan sesama tetangga. Ilustrasi ini mengindikasikan bahwa di desa rural masih cukup kuat interaksi sosial antar warga masyarakat, sedangkan di desa urban tampaknya responden lebih suka menghabiskan waktu siangannya di rumah sendiri, sehingga mengurangi kesempatan untuk berinteraksi dengan sesama tetangga.

Tabel 2. Persentase responden menurut kebiasaan menonton televisi (%)

Kebiasaan menonton	Desa urban	Desa rural	Seluruh responden
Sendiri	02,50	11,25	13,75
Dengan keluarga	85,00	71,25	76,25
Dengan tetangga/ saudara	13,75	17,50	15,62

Tabel 3. Rataan waktu yang diluangkan responden untuk menonton televisi (jam)

Waktu menonton	Desa urban	Desa rural	Seluruh responden
Pagi	0,22	0,21	0,21
Siang	4,08	0,32	2,20
Sore	0,31	0,16	0,39
Malam	0,61	0,76	0,70
Total	5,22	1,29	3,50

Berdasarkan waktu yang dicurahkan terlihat bahwa responden di desa urban jauh lebih intensif menonton televisi, terbukti dengan curahan waktu yang jauh lebih banyak untuk menonton televisi dibandingkan dengan responden di desa rural.

Pilihan siaran televisi yang ditonton di samping popularitas stasiun televisi bersangkutan, sangat ditentukan pula oleh siapa yang menentukan siaran televisi yang ditonton. Hasil penelitian ini menunjukkan, baik di desa urban maupun di desa rural, pihak yang paling banyak menentukan siaran televisi yang ditonton, terutama pada pagi, siang, dan sore hari ialah anak, masing-masing sebesar 53,75% dan 41,20%. Di desa urban, penentu berikutnya ialah ibu, baru kemudian bapak. Sebaliknya di desa rural peranan bapak lebih dominan dibandingkan ibu. Walaupun demikian 11,25% responden di desa urban mengaku tidak ada pihak dalam keluarga yang mendominasi siaran televisi apa yang hendak ditonton. Hal yang sama dijumpai pada sebanyak 19,50% responden yang berada di desa rural.

### Acara Televisi yang Ditonton

Berdasarkan data yang ada, jenis acara yang ditonton responden dapat dikelompokkan menjadi enam jenis acara yaitu; (i) film/sinetron, (ii) berita, (iii) musik, (iv) kuis, (v) olah raga, dan (vi) kesenian tradisional. Distribusi responden berdasarkan jenis acara yang paling disukai disajikan pada Tabel 4.

Data Tabel 4 menunjukkan, acara yang paling disukai responden di desa urban berturut-turut ialah film/sinetron, aneka kuis, dan berita. Sementara di desa rural terdiri dari film/sinetron, berita, dan aneka kuis. Ilustrasi tersebut mengindikasikan bahwa responden di desa urban lebih menyukai acara-acara hiburan, sedangkan di desa rural selain acara hiburan, jumlah responden yang menyukai acara berita juga proporsinya cukup tinggi, bahkan lebih tinggi dari responden di desa urban. Demikian pula yang menyukai acara film/sinetron di desa rural jumlahnya lebih banyak dibandingkan di desa urban. Data tersebut menggambarkan bahwa tidak ada perbedaan yang berarti tentang jenis-jenis acara televisi yang disukai responden baik di desa urban maupun desa rural.

Gambaran ini memperkuat pendapat yang selama ini berkembang bahwa media massa televisi lebih banyak dimanfaatkan sebagai media hiburan dibandingkan dengan fungsi-fungsi komunikasi lainnya seperti sebagai media informasi dan media pendidikan. Bukti ini sebenarnya tidaklah mengherankan, karena sebagian besar acara di televisi juga lebih banyak bersifat hiburan. Sebagai ilustrasi, TPI yang selama ini dikenal dengan siaran televisi pendidikan, menurut Harahap (2001) lebih dari 50% acaranya berupa hiburan, dan 20% siaran niaga (iklan). Sementara acara informasi/berita, pendidikan, dan acara penunjang lainnya masing-masing persentasenya hanya 8,0%; 7,76%; dan 1,68%.

Gambaran yang kurang lebih sama juga bisa ditemui pada stasiun televisi lainnya.

Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan jenis acara televisi yang paling disukai (jumlah responden, %)

Jenis acara	Desa urban	Desa rural	Seluruh responden
Film/Sinetron	36 (45,00)	42 (52,50)	78 (48,75)
Berita	13 (16,25)	20 (25,00)	33 (20,62)
Musik	5 (6,25)	3 (3,75)	8 (5,00)
Aneka kuis	18 (22,50)	11 (13,75)	29 (18,13)
Olah raga	5 (6,25)	3 (3,75)	8 (5,00)
Kesenian tradisional	1 (1,25)	1 (1,25)	2 (1,25)
Tidak menjawab	2 (2,50)	0 (0,00)	2 (1,25)

Bahkan TVRI yang merupakan satu-satunya stasiun televisi publik milik pemerintah pun, sejak statusnya menjadi persero memiliki kecenderungan mengikuti pola siaran televisi swasta, termasuk di dalamnya menyiarkan iklan yang merupakan salah satu sumber pendanaan bagi TVRI.

### Motif Menonton Televisi

Motif-motif menonton televisi yang diidentifikasi dalam penelitian ini berpegang pada asumsi model “*Uses and Gratifications*” sebagaimana dikemukakan oleh Katz *et al.* (1974) yang diperkuat pendapat Stamm & Bowes (1990) serta digunakan teknik “*self-reporting*” dengan sejumlah daftar motif sebagaimana dikembangkan oleh Denis Mc Quail (Chandler, 1994).

Responden peternak yang sebagian besar wanita dengan pendidikan yang relatif rendah tampaknya kemampuan mengungkapkan motif menonton televisi sangat terbatas. Hal ini berarti mereka umumnya tidak mampu membedakan antara satu jenis motif dengan motif yang lainnya. Jumlah motif yang mampu diungkapkan responden hanya berkisar antara dua sampai enam jenis motif dari 12 daftar motif yang dirumuskan, dan pilihannya sangat beragam. Berdasarkan fakta ini kemudian disusun kembali daftar motif yang menjadi pilihan responden (Tabel 5).

Berdasarkan data tersebut jelas sekali tergambar bahwa motif hiburan dan informasi paling banyak diungkapkan peternak responden, baik di desa urban maupun desa rural. Tampaknya karakter televisi yang diterima sebagai media penghibur (Comstock *et al.*, 1978) semakin memperoleh justifikasi. Motif hiburan yang dominan ialah “untuk membuat perasaan senang dan gembira”. Di samping ada pula sebagian kecil di desa rural yang menonton televisi untuk sejenak melupakan masalah keluarga yang sedang dihadapi. Rendahnya jumlah responden yang menganggap menonton televisi sebagai sarana melepaskan ketegangan dan mengisi waktu senggang menunjukkan, televisi lebih menonjol sebagai sarana hiburan. Motif yang berkaitan dengan identitas personal dan integrasi/interaksi sosial hanya diungkapkan oleh sebagian kecil responden. Sebagai ilustrasi responden yang menyatakan bahwa menonton televisi karena banyak contoh perilaku yang bisa ditiru sebagai manifestasi dari identitas personal hanya dinyatakan oleh tiga responden di desa urban, sementara itu tidak satupun responden yang menyatakan bahwa motif utama menonton televisi ialah sebagai sarana untuk mempererat solidaritas dan interaksi sosial diantara sesama warga.

Berdasarkan data di atas dan hasil uji chi kuadrat menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan motif dalam menonton televisi, baik di desa urban, maupun di desa rural ( $P > 0,05$ ).



Tabel 5. Distribusi responden berdasarkan motif utama menonton televisi

Pernyataan motif menonton televisi	Jumlah Responden	
	Desa urban	Desa rural
<i>Motif informasi:</i>	28	26
a. Saya menonton televisi untuk mengetahui peristiwa aktual yang terjadi di masyarakat	27	18
b. Saya menonton televisi untuk menambah pengetahuan atau ketrampilan seperti agama, pendidikan, kesehatan, memasak, mode dan sebagainya	1	4
c. Saya menonton televisi karena banyak memperoleh pelajaran berharga	0	4
<i>Motif identitas personal:</i>	3	0
a. Televisi banyak memberikan contoh perilaku yang bisa ditiru	3	0
<i>Motif hiburan:</i>	49	54
a. Untuk melupakan sejenak masalah keluarga yang sedang dihadapi	0	2
b. Untuk melepaskan ketegangan setelah bekerja seharian	2	6
c. Untuk mengisi waktu senggang sambil beristirahat	3	6
d. Untuk membuat perasaan senang dan gembira	44	40

Hal ini disebabkan, meskipun peternak di desa urban memiliki aksesibilitas yang lebih mudah terhadap sumber-sumber informasi, namun pemanfaatan media komunikasi massa yang tersedia relatif tidak berbeda jauh dengan peternak di desa rural. Walaupun demikian, ada kecenderungan peternak di desa urban motif informasinya ialah pemenuhan kebutuhan akan berita, sementara di desa rural untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan yang bersifat praktis.

### KESIMPULAN

Kebiasaan menonton televisi antara/peternak desa urban dan desa rural tidak menunjukkan perbedaan yang berarti, kecuali dalam hal curahan waktu menonton. Meskipun demikian, lama menonton televisi tidak berpengaruh terhadap jenis acara yang disukai respon-

den. Baik di desa urban maupun di desa rural ada tiga jenis acara yang paling disukai responden, yaitu film/sinetron, berita, dan aneka kuis.

Motif-motif menonton televisi yang utama adalah; hiburan dan memperoleh informasi. Tidak ada perbedaan motif menonton televisi antara peternak desa urban dengan peternak desa rural.

### DAFTAR PUSTAKA

- Blumler, J. G. & E. Katz.** 1974. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Sage Publications, Beverly Hills, California.
- Chandler, D.** 1994. Why do people watch television? <http://www.aber.ac.uk/media/functions/mcs.html>. [10 Juni 1999].
- Comstock, G., S. Chafee, N. Katzman, M. McCombs, & D. Roberts.** 1978. Television

and Human Behavior. Columbia University Press, New York.

- Hadiyanto, W. B. Priatna, & A. Asmara.** 1998. Studi perubahan perilaku masyarakat sebagai dampak industrialisasi media: Kasus pada petani di daerah sub urban. Laporan Penelitian. Lembaga Penelitian IPB, Bogor.
- Harahap, A. S.** 2001. Hubungan karakteristik guru dengan perilaku menonton dan persepsinya terhadap program hiburan TPI: Kasus guru SMU Negeri Kodya Depok. Thesis Magister Sains, Program Pascasarjana IPB, Bogor.
- Katz, E., J. G. Blumler, & M. Gurevich.** 1974. "Utilization of Mass Communication by Indi-

vidual", The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research. J.G. Blumler & E. Katz (Eds.). Sage Publications. Beverly Hills, California.

- Rakhmat, J.** 1989. Metode Penelitian Komunikasi. Penerbit Remadja Karya CV, Bandung.
- Stamm, K. R. & J. E. Bowes.** 1990. The Mass Communication Process. A Behavioral and Social Perspective. Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa.
- Wimmer, R. D. & J. R. Dominick.** 1987. Mass Media Research. An Introduction. 2nd ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.